

06
avril

DE 9H00 À 14H

HUBLAB PARIS 8e

HUB TRENDS &
NETWORKING

Tourisme & Divertissement

Durabilité et ultra personnalisation : le duo pour séduire les consommateurs en 2023 !

En partenariat avec :

adyen

nosto ↗

Votre **HOST**
pour cet évènement :



Laure de Clebsattel

Event Content Manager
HUB Institute

LA PLATEFORME D'ACCÉLÉRATION DES TRANSFORMATIONS **BUSINESS, DIGITALES & DURABLES**



Une plateforme unique qui promeut des services et des solutions à valeur ajoutée auprès de communautés professionnelles regroupant **100 000 décideurs**.

INDUSTRIES' COMMUNITIES



KEY FUNCTIONS' & CROSS INDUSTRIES COMMUNITIES



+ 90 K décideurs nous suivent



+ 10 K cadres formés par an



+ 600 articles, rapports de tendances, études sectorielles



+ 150 événements online & offline **21** secteurs d'activité axés sur le numérique et le développement durable



+ 120 entreprises membres

UN ÉCOSYSTÈME DE MEMBRES

ENGAGÉ À L'ANNÉE AVEC LES CONTENUS, FORUMS & ACTIVITÉS DU HUB INSTITUTE



Biens de consommation

Mode, Luxe & Beauté

Retail

Agroalimentaire & Co.



Acteurs financiers

Banque & Financement

Assurance & Mutuelle



Media

Médias & Agences



Infrastructure

Aménagement urbain

Centres commerciaux

Energies & Environnement

Voyage & Hôtellerie



Autres acteurs



Opérateur OEM

Mobilité & Logistique

Télécom & hardware

Équipementiers



Solutions



Vous êtes intéressé.e.s par
LE MEMBERSHIP ?



🔍 **Contactez-nous** ✕



Adeline Jouanne
Membership Manager



adeline.jouanne@hubinstitute.com



+33 (0)6 65 58 85 34



POUR EN
SAVOIR PLUS



DÉCOUVREZ NOS

HUB Review

HUB Reports





INTÉGREZ LE PALMARÈS **HUB35 SUSTAINABLE** 2023

Ouverture des candidatures spontanées :

→ **L'objectif ?** Mettre en avant des spécialistes de la **RSE**, de **l'innovation durable** et de la recherche de **l'impact positif**.

→ **L'intérêt ?** **Être connectés pendant 1 an à un écosystème innovant** et bénéficier d'une exposition de leurs parcours professionnels.

→ **Les critères ?** Avoir **35 ans ou moins**, travailler pour une entreprise de **+ de 250 collaborateurs** et **avoir porté un projet fort**.

**Annonce lors de l'IMPACT LEADERS FORUM,
le 11 mai 2023.**



18 > 19
AVRIL

9h00 à 18h30



DATA & AI FOR BUSINESS

FORUM & MEETINGS

**SAVE THE
DATE!**

NOS ÉVÉNEMENTS 2023

INSCRIVEZ-VOUS !



Trends & Networking

Tourisme & Divertissement

Aujourd'hui !



Trends & Networking

Luxe, Mode & Beauté

Mardi 23 mai 2023



Trends & Networking

Retail & Grande conso

Jeudi 29 juin 2023

Réagissez
EN TEMPS RÉEL !



#TrendsNetworkingTourisme



STAY CONNECTED !

WIFI



ID : **HUB VISITEUR**

MDP : **0102030405**

Découvrez nos INTERVENANTS

HUB TRENDS &
NETWORKING



Stéphanie Ginès

Directrice Marketing & E-commerce
Pierre & Vacances



Michaël Swierczynski

Directeur Innovation et Expériences digitales (XR,
Métavers, new médias) et DA
Partouche



Vincent Deriot

CTO Innovation
B&B Hotels



Pierre Kerambellec

VP Sales Hospitality
Adyen



Carole Roth

SVP Product Direct Channels,
Loyalty & Customer Engagement
Accor



Emilie Ruiz

E-commerce Specialist France
Nosto



Clément Meunier

Insights Producer
HUB Institute



Claire Plassart

Senior Insight Analyst
HUB Institute



[Opening Keynote]
Tourisme et digitalisation :
Comment les nouvelles
technologies **augmentent**
l'expérience voyageur ?



Claire Plassart

Senior Insights Analyst
HUB Institute



Comment **Pierre & Vacances** mise sur le local et les **vacances bas carbone** pour **réaffirmer son leadership** ?



Stéphanie Giniès

Directrice Marketing & E-commerce
Pierre & Vacances





Comment **Pierre & Vacances** mise sur le local et les **vacances bas carbone** pour **réaffirmer son leadership** ?



Stéphanie Giniès

Directrice Marketing & E-commerce
Pierre & Vacances

nosto ↗

Comment le **Contenu
Généré par l'Utilisateur**
alimente le **cycle de
réservation des voyages ?**



Emilie Ruiz

E-commerce Specialist France
Nosto



Comment le **Contenu Généré par l'Utilisateur** alimente le cycle de réservation des voyages ?



Emilie Ruiz
Sales Manager International
Nosto

Qu'est-ce que l'authenticité ?

L'authenticitié c'est...



khaby.lame ✓

Khabane lame

Follow



78 Following 155.8M Followers 2.3B Likes

Se vuoi ridere sei nel posto giusto 😂
If u wanna laugh u r in the right place 😂

Videos

Liked



▶ 2M

Bro, you could have spent ...



▶ 3.8M

Let me teach you some Ital...



▶ 26.7M

hey bro, if you keep

Get app



347 posts 78.9M followers 980 following

Khaby Lame
Gaming video creator
TikTok: 155 Mln+
requests@khabyla.me
Italy 🇮🇹 🇸🇪
@boss
@binance
#notoracism
HOKAGE PIEMONTE
khabyla.me



Red carpet



Fan 🇺🇸



Fan Art 🇺🇸



IO 🇮🇹



Challenge

POSTS

REELS

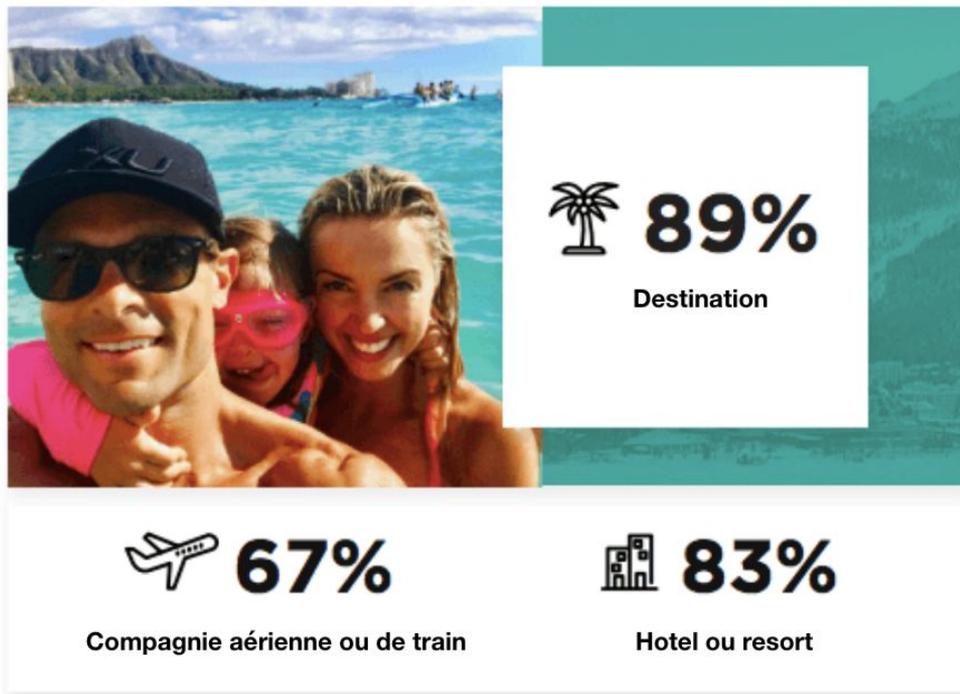
TAGGED



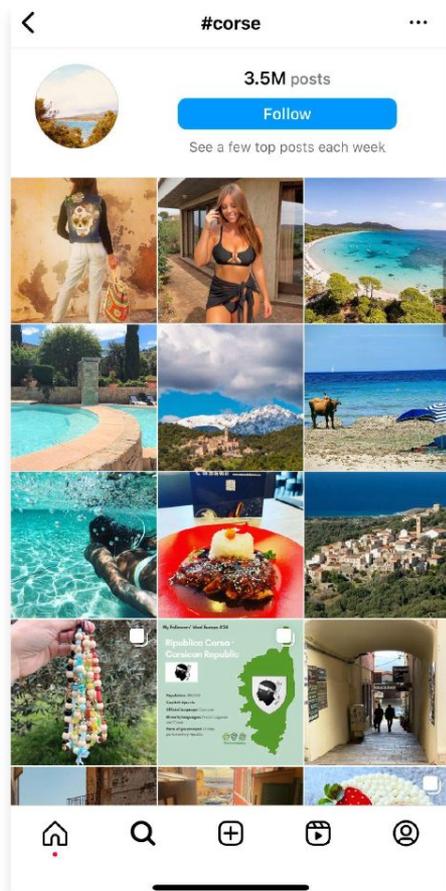
https://www.instagram.com/khaby00/reels/

Les voyageurs publient beaucoup...

Pourcentage de personnes qui publient au sujet d'une expérience de voyage positive



Optez pour un contenu réel, authentique et fiable : le contenu généré par les utilisateurs.



L'influence de l'UGC sur les voyageurs

86 % des personnes commencent à s'intéresser à une destination après avoir vu des photos d'amis, de proches ou autres sur les réseaux sociaux



Et ce n'est pas tout...

75%

des personnes
préfèrent l'UGC aux
autres formes de
communication

Une personne est

10 x

plus susceptible
d'effectuer un achat
après avoir vu la
publication d'une
autre personne sur les
réseaux sociaux

L'UGC permet de convertir vos visites en réservations

Tirer parti de l'UGC sur tous les points de contact digitaux stimule les conversions

- L'UGC permet de trouver de l'inspiration pour voyager
- Il peut être utilisé tout au long du parcours d'achat
- Site web, e-mails, publicités, applications, hors ligne
- Il est exploitable (CTA direct)
- Il peut être suivi
- Il est évolutif

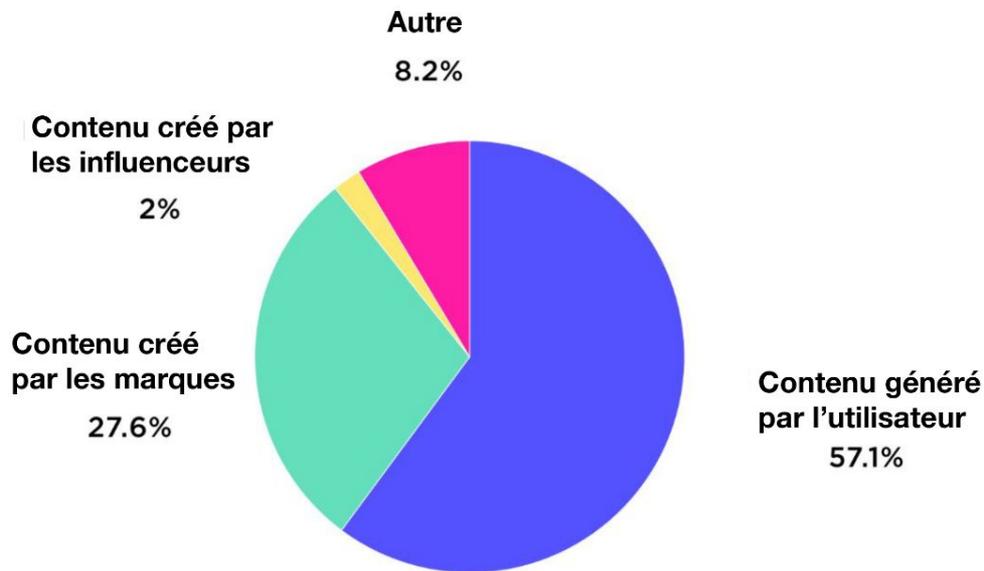


Le #travel
comptabilise 74,4
milliards de vues
sur TikTok

Le #travel a été
utilisé
641 millions
de fois sur
Instagram

L'UGC comme moyen de communication de confiance par excellence

Quel type de contenu vous influence le plus au moment de réserver un voyage ?



Sélectionner plutôt que créer



Performance du contenu

33% 

d'augmentation de l'efficacité



Vélocité du contenu

65% 

d'économies sur le contenu



Investir dans l'UGC : success story

Leading Hotels

- Avec 400 hôtels différents, il était difficile de trouver du contenu
- Parcours d'achat court
- **3 x** plus de temps passé sur le site
- **33 %** d'augmentation de l'efficacité pour trouver le bon contenu



Investir dans l'UGC : success story

Air France

- Avait du mal à répondre aux demandes de contenu
- A commencé à utiliser l'UGC pour répondre à ce besoin
- L'UGC était plus efficace que le contenu traditionnel à chaque fois
- **11 %** d'augmentation du taux de clics moyen sur les publicités Facebook avec l'UGC
- **21 %** de réduction du CPC moyen



11
PERCENT

Higher avg. Facebook
ad click-through rate
with UGC

21
PERCENT

Lower avg. cost
per click with UGC



nosto 



**Merci... Scannez le QR code
pour réserver votre démo !**

emilie.ruiz@nosto.com



nosto ↗

Comment le **Contenu
Généré par l'Utilisateur**
alimente le **cycle de
réservation des voyages ?**



Emilie Ruiz

E-commerce Specialist France
Nosto



adyen

B&B HOTELS x Adyen :
découvrez les clés d'une
expérience paiement
d'exception



Vincent Deriot

CTO Innovation
B&B HOTELS



Pierre Kerambellec

VP Sales Hospitality
Adyen



2ème groupe d'hôtellerie économique en Europe



Fondé à Brest en 1990
14 pays - en Europe et au Brésil



Bientôt 700 hôtels
97 ouvertures en 2022



Adapté à la clientèle d'affaires et de loisirs
1ère chaîne d'hôtels certifiée en durabilité

Notre mission :

Proposer une offre de service qui consiste en un hébergement abordable de haute qualité qui allie confort, efficacité et design.



adyen



100% de la plateforme développée en interne



767,5 milliards d'€ de transactions traitées en 2022



+250 moyens de paiement



187 devises de paiement & 22 devises de reversement



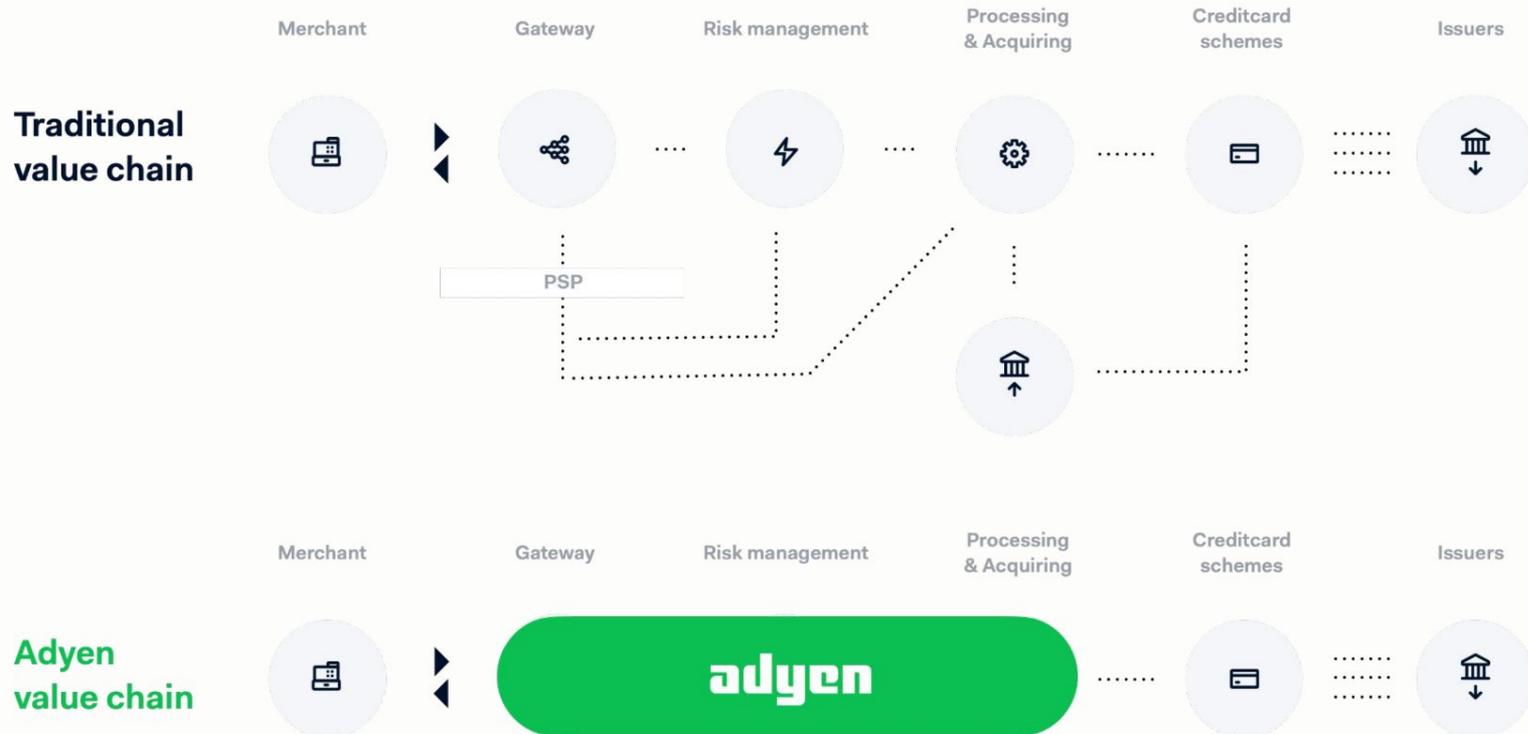
27 bureaux dans le monde
+3000 collaborateurs et +100 nationalités



Louvre Hotels
GROUP

La plateforme Adyen

Optimiser la chaîne de valeur des paiements



Les enjeux du groupe B&B HOTELS



Forte ambition de croissance

Accélérer l'expansion géographique, en Europe et à l'international



Innovation

tout en proposant une expérience client personnalisée pour répondre aux nouveaux besoins du marché



Durabilité

certifiée en ayant l'objectif d'avoir un impact sociétal et environnemental positif

Le partenariat B&B HOTELS x Adyen depuis 2018



- 14 pays
- Environ 700 hôtels
- Tous les canaux : e-commerce, app mobile, POS, centre d'appel, bornes



Une plate-forme
unifiée et
internationale



Simplification
opérationnelle et
scalabilité



Optimisation
performance et
sécurité



L'expérience client
et les parcours
d'achat innovants



Accompagnement

L'écosystème du paiement dans l'hôtellerie

Online booking

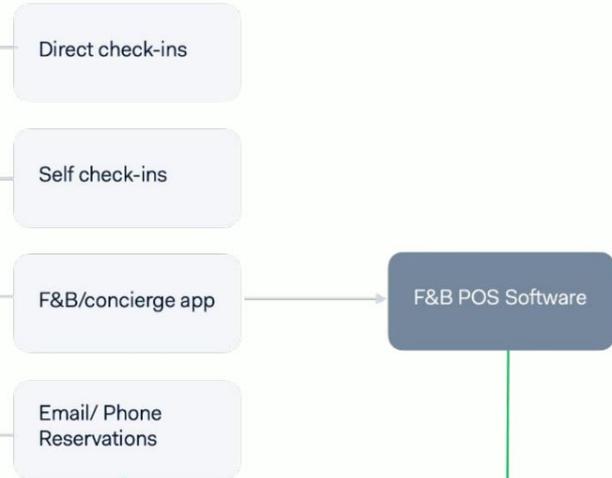
Internal



Management systems



In-Premise



External



Shift towards Unified Commerce

Les résultats du partenariat



Expérience client

Simplifier et fluidifier le parcours client



Expérience hôtelière

Centraliser la gestion des paiements sur tous les canaux et dans tous les pays



Insights client

Comprendre les profils clients et répondre aux attentes

**Merci à tous !
Des questions ?**

pierre.kerambellec@adyen.com

adyen

engineered
for ambition



adyen

B&B HOTELS x Adyen :
découvrez les clés d'une
expérience paiement
d'exception



Vincent Deriot

CTO Innovation
B&B HOTELS



Pierre Kerambellec

VP Sales Hospitality
Adyen



PAUSE NETWORKING



**[Vision] Adopter des pratiques
de tourisme durable :
réinventer le voyage et
sa mobilité**



Clément Meunier

Insights Producer
HUB Institute



Comment **le Groupe Partouche** construit le divertissement de demain ?



Michaël Swierczynski

Directeur Innovation et Expériences digitales (XR, Métavers, new médias) et DA
Partouche

The image shows a film set on a terrace. In the foreground, two large studio lights with black barn doors are positioned on stands. The background features a cafe with tables and chairs, and a view of a green landscape under a blue sky with white clouds. A string of lights is visible on the right side of the frame.

MARTOUCHE





Groupe Partouche :
Une nouvelle direction
"Immersion, Culture et Innovation"



Divertissement, culture, innovation : un acteur clé !

Un tournant vers l'innovation... et l'immersion !

Précurseur depuis près de 50ans, le Groupe Partouche a su démontrer sa **capacité à évoluer et se réinventer**, à bâtir et à investir le **divertissement de demain**. Convaincu du potentiel des nouvelles technologies, le Groupe Partouche **s'est emparé des innovations** et révolutions de grande ampleur avec l'ambition d'être **un acteur de premier plan au sein de ce nouvel écosystème**.



Digitalisation des casinos : transition et diversification — Depuis 2006, Partouche Interactive et le développement de jeux sur de nouvelles plateformes.



Le pari de la VR : l'ouverture vers de nouvelles formes de divertissement — En 2015, lancement du Roller Blaster, une attraction immersive signée Partouche LAB.



Déploiement d'œuvres immersives : réinventer et enrichir « l'expérience Partouche » — 2019 : de nouvelles installations interactives au Pasino Grand (Aix-en-Provence).



Partouche Multiverse et le Web3 : de nouvelles activités en mode « décentralisé » — 2022 : une nouvelle filiale dédiée à la Blockchain, au métaverse et aux NFTs.



Innovation et expériences digitales

Les ambitions et objectifs

1. Associer culture, innovation et divertissement : **une nouvelle image** pour le Groupe Partouche.

Développer et renforcer la notoriété du casino comme lieu de découverte artistique et d'innovation, apporter une nouvelle "guest experience".

2. Devenir le **premier réseau LBE XR et immersif de France**.

Profiter de l'ancrage du Groupe Partouche dans les territoires pour contribuer à l'exposition et à la démocratisation d'œuvres immersives originales auprès d'un large public.

3. Être le **premier groupe de casinos et de divertissement européen à investir le métaverse**.

Poser les premiers jalons d'une offre innovante liée aux casinos et à l'univers du jeu dans le métaverse tout en offrant aux visiteurs de nouvelles expériences inédites.





Innovation et expériences digitales

Les ambitions et objectifs

Défricher

Épouser les révolutions technologiques et créatives, investir de nouveaux champs d'action (expériences, métaverse, etc.).

Diversifier

Diversifier la clientèle, s'associer à de nouveaux partenaires, développer de nouvelles synergies (privé / public).

Démocratiser

Rendre accessibles à de nouveaux publics des expériences immersives innovantes et inédites (VR, AR, mapping, son binaural, hologrammes), développer l'attractivité des établissements du Groupe Partouche.

Diffuser

Proposer une exposition des œuvres sur la durée, participer à une meilleure et plus large diffusion de la création immersive sur l'ensemble du territoire.



Innovation et expériences digitales

Nouvelle direction, nouveaux enjeux

➤ Définir une identité propre.

Assurer la cohérence d'une direction artistique unifiée dans l'ensemble des lieux du Groupe Partouche, garantir la maîtrise éditoriale des expériences présentées, le renouvellement et la qualité des contenus présentés — *#BrandContent #Impact #Univers*

➤ Le contenu au cœur de l'expérience.

Réconcilier l'entertainment et l'artistique autour d'expériences immersives - contemplatives ou interactives - de qualité, proposant un vrai storytelling, une narration et une "guest experience" originales — *#Programmation #Curation #Coproduction*





Innovation et expériences digitales

Nouvelle direction, nouveaux enjeux

➤ Une stratégie "phygitale".

Développer des expériences immersives *in situ* mais aussi en ligne, proposer un double accès aux expositions et animations pour toucher un public sans frontières — *#Offline #Online #Hybride*

➤ Un pôle des meilleurs studios et artistes.

Collaborer avec des acteurs reconnus du secteur XR pour créer des expériences originales, audacieuses et inédites. Développer autour de l'immersion un catalogue d'expériences et d'artistes pour investir / animer les différents établissements — *#Expertise #Collaboration #Partenariat*





Innovation et expériences digitales

Une direction artistique affirmée

Des créations originales et inventives pour asseoir la marque Partouche.

➤ **À chaque lieu une forme d'immersion**

. "Digitalisation" des lieux existants (l'immersion là où on ne l'attend pas, dans les restaurants et les hôtels)

. Lancement de **nouveaux lieux entièrement dédiés à l'immersion** (salles, expositions temporaires ou permanentes)





Innovation et expériences digitales

Une direction artistique affirmée

Des créations originales et inventives pour asseoir la marque Partouche.

➤ Des projets ambitieux, artistiques et divertissants

Un équilibre permanent entre :

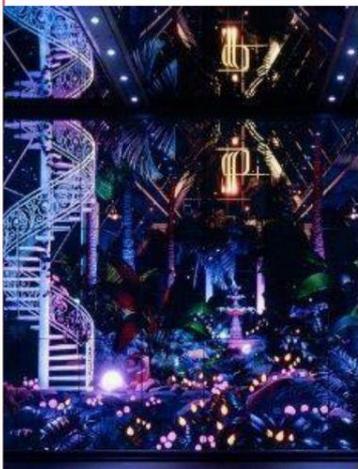
- . Un parti pris **créatif** fort
- . Une dimension **culturelle** et **artistique**
- . Une **gamification** assumée (escape game, interactivité, mapping, etc.)





Innovation et expériences digitales

Projets en cours et premiers déploiements (2022-2024)



LBE (Aix en
Provence)



Cabaret virtuel
(Cannes)



Restaurant immersif
(Lyon)



Investir les
métaverses



Lieu pour
l'immersion (St-
Amand)

Et demain : quels horizons ? Perspectives et axes de développement

➤ Une nouvelle forme de collaboration privé / public au service de la XR.

Curation d'œuvres

- . Garantir la présence du Groupe Partouche sur les festivals, expositions et événements professionnels afin de rester à l'affût et de repérer les meilleures œuvres immersives récentes en vue d'une distribution / exposition.
- . Garder le lien avec les artistes et rencontrer les talents de demain.

Résidences d'artistes

- . Initier partout en France de nouveaux programmes de résidence – ouvertes à l'international – afin d'encourager la création XR et les collaborations avec l'étranger, de soutenir les jeunes talents.
- . Proposer des créations originales et des productions sur-mesure dans les différents lieux du Groupe Partouche.

Coproductions internationales

- . Faire du Groupe Partouche un acteur à part entière de la création XR et s'engager en finançant / soutenant des coproductions internationales ambitieuses portées par des équipes talentueuses.
- . Garantir un réseau de diffusion et la rencontre avec les publics, mettre en place un modèle économique profitable.



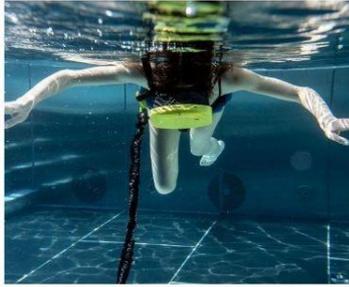
Innovation et expériences digitales

Et demain : quels horizons ? Perspectives et axes de développement

➤ **Des dispositifs et contenus innovants : l'immersion au sens large et sous toutes ses formes.**



Vidéo mapping
géant



VR
aquatique



Coproductions
internationales



Concerts virtuels /
dans le métaverse



Grandes thématiques,
multiexpériences



Innovation et expériences digitales

Et demain : quels horizons ? Perspectives et axes de développement

➤ **Des événements, des lieux, des initiatives : un environnement hybride et vertueux.**



Résidences d'artistes
pour des créations
sur-mesure



NFTs, métaverse... une
action engagée via les
nouvelles technologies



Festival multi-lieux
dédié à la création
immersive



De nouveaux lieux
immersifs en France



Comment **le Groupe Partouche** construit le divertissement de demain ?



Michaël Swierczynski

Directeur Innovation et Expériences digitales (XR, Métavers, new médias) et DA
Partouche



Développer le revenu du groupe à travers nos canaux directs (Web & App) avec des séjours et des expériences personnalisées et responsables & faire du programme de Fidélité un levier d'engagement et de rétention



Carole Roth

SVP Product Direct Channels, Loyalty
& Customer Engagement
Accor

18 > 19
AVRIL

9h00 à 18h30



DATA & AI FOR BUSINESS

FORUM & MEETINGS

**SAVE THE
DATE!**

MERCI

En partenariat avec :

 adyen

 nosto 

COCKTAIL DÉJEUNATOIRE